

- hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG  
PADA CV. KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA  
PEKANBARU DITINJAU DARI PERSEPEKTIF  
EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**DHANANG AL IQBAL  
NIM. 11525104095**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2020 M**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG  
PADA CV. KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA  
PEKANBARU DITINJAU DARI PERSEPEKTIF  
EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE)**



**Oleh**

**DHANANG AL IQBAL  
NIM. 11525104095**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2020 M**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

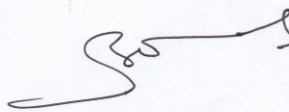
Nama : Dhanang Al Iqbal

NIM : 11525104095

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam siding Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Desember 2019  
Pembimbing Skripsi



**Budi Azwar, S.E., M.Ec**  
NIP. 19800104200801 1005





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG PADA CV.KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"**, yang ditulis oleh:

Nama : **DHANANG AL IQBAL**  
 NIM : **11525104095**  
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : **Selasa, 07 April 2020**  
 Waktu : **08.00 WIB**  
 Tempat : **Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Mei 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Drs. H. Heri Sunandar, MCL**

Sekretaris  
**Madona Khalrunisa SE.I, ME, Sy**

Penguji I  
**Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak, CA**

Penguji II  
**Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh**

Mengetahui :  
**Dekan Fakultas Syariah dan Hukum**



**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.**  
 NIP. 19580712 1986031 005

## ABSTRAK

### Dhanang Al Iqbal (2019) : Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya jumlah penjualan setiap tahun selalu mengalami fluktuasi dari target penjualan produk. Dilihat dari tahun 2017 mengalami penurunan produk dan penjualan tertinggi dilihat pada tahun 2016. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah kualitas pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?. Bagaimana Persepektif Ekonomi Syariah tentang kualitas pelayanan prima terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di CV. Kunteng sebanyak 63.685 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*. Maka, diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, angket dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk mebel di CV Kunteng Garuda Sakti Kecamatan Tampan Pekanbaru, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk mebel di CV Kunteng Pekanbaru. Hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian produk mebel yaitu sedang dengan nilai R sebesar 0,567 berada pada kategori sedang karena berada pada rentang 0.40 – 0.599. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap Keputusan Konsumen CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah 32,2%. Berdasarkan teori pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pengguna jasa sudah sesuai dengan konsep teori ekonomi syariah yaitu; Kesederhanaan, Kejelasan dan Kepastian, Keamanan, Keterbukaan, Efesien, Keadilan yang merata dan Ketepatan waktu, Karena pelayanan prima dalam system ekonomi syariah sangat mengedepankan unsur-unsur tersebut.



## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Warahmattullahi Wabarakatuh**

Segala puji dan syukur hanyalah untuk Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya buat alam semesta, seiring dengan itu shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah diutus oleh Allah SWT untuk menyampaikan risalah Islamiyah-Nya kepada segenap umat dijagat raya ini sebagai hidayah dan irsyadah yang dapat menjamin kebahagiaan hidup ummat manusia di dunia dan ukhrowi. Dengan rahmat dan karunia Allah dan diringi dengan ketekunan serta kesabaran dan bantuan dari semua pihak yang berkompeten, maka penulis dapat menyusun skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah”.

Dalam menyusun skripsi ini terdapat kekurangan, kejanggalan-kejanggalan, baik dari segi sistematika, materi dan bahasa yang perlu dipenuhi dalam penulisan karya ilmiah. Memang tidak ada gading yang tidak retak dan tidak ada manusia yang tidak *khilaf* dan *alfa*. Dalam penyusunan skripsi ini tak terlepas dari banyaknya bantuan dari semua pihak, dan penulis merasa berkewajiban untuk berterimakasih yang selam-dalamnya kepada:

1. Untuk yang mulia Ayahanda Ikhsan dan Ibunda Sri Supatmi yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun moril serta do'a.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S. Ag.,M.Ag, selaku Rektor





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sekaligus Dosen pembimbing Akademik beserta Wakil Rektor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III.

3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, Wakil Dekan III, yang telah mempermudah proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Budi Azwar, S.E.,M.Ec. selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi dan beserta staf dan jajarannya.
6. Seluruh Bapak Dosen dan Ibu Dosen serta karyawan dan karyawan pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
7. Bapak/Ibu karyawan perpustakaan Universitas dan Fakultas Syari'ah dan Hukum karena telah memberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku.
8. Pimpinan CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Atas segala bantuan yang diberikan, semoga menjadi amal shaleh di sisi Allah SWT.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat kepada kita semua.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pekanbaru, Januari 2020  
Penulis,

**DHANANG AL IQBAL**  
**NIM. 11525104095**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Metode Penelitian .....	8
1. Lokasi Penelitian .....	8
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	8
3. Populasi dan Sampel .....	8
4. Sumber Data .....	9
5. Teknik Pengumpulan Data .....	9
6. Teknik Analisa Data .....	10
7. Pengujian Hipotesis .....	11
8. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	13
9. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	17
B. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan .....	18
C. Bahan –bahan yang digunakan dalam proses produksi .....	20
D. Proses Produksi .....	20
E. Produk Mebel yang diproduksi .....	22
<b>BAB III TINJAUAN TEORETIS</b>	
A. Kualitas Pelayanan .....	23
1. Definisi Kualitas .....	23
2. Definisi Pelayanan .....	24



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Definisi Kualitas Pelayanan .....	25
4. Indikator Kualitas Pelayanan .....	26
5. Mengelola Kualitas Jasa.....	27
B. Keputusan Pembelian .....	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2. Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	29
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	31
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	33
D. Kerangka Pemikiran .....	33
E. Hipotesis Penelitian.....	35

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	36
1. Karakteristik Responden.....	36
2. Deskriptif Penelitian .....	38
3. Analisis Data .....	51
B. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.....	57
C. Pembahasan .....	60

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran .....	62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

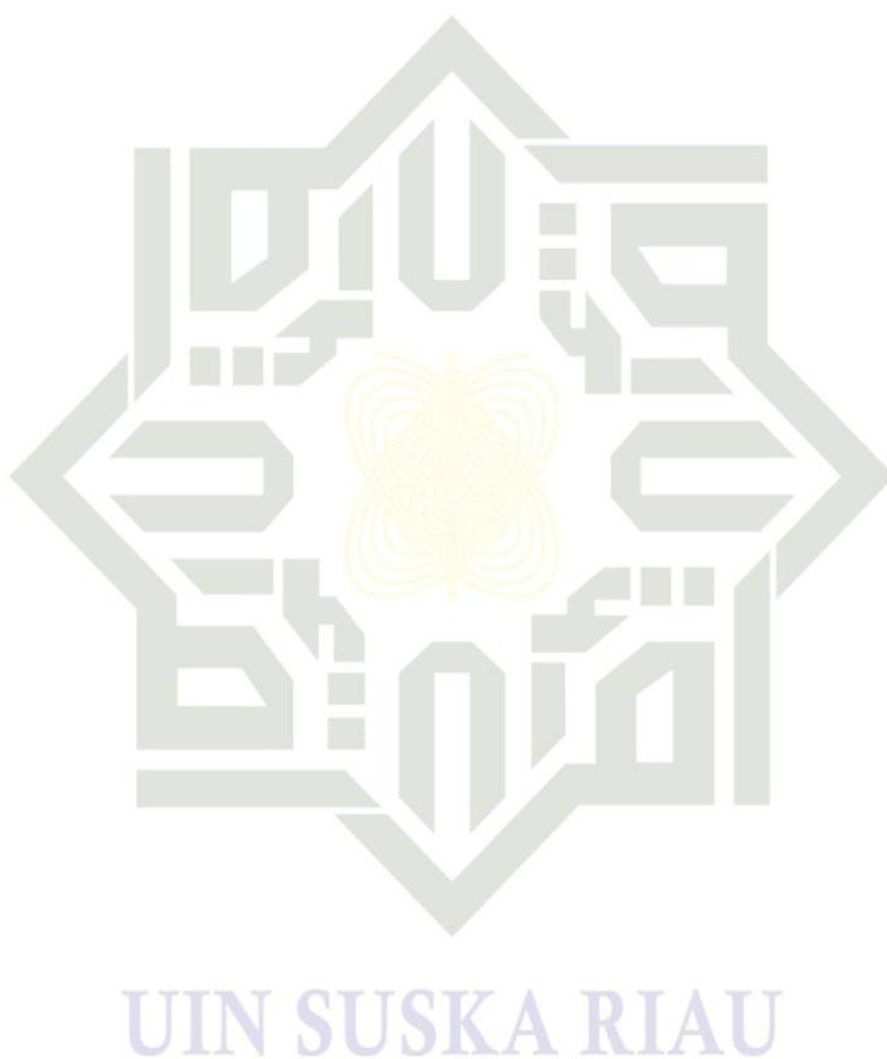
1.1	Data Penjualan Produk Pada CV. Kunteng Tahun 2015 sd 2017.....	5
1.2	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	11
1.3	Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional .....	15
4.1	Responden Berdasarkan Usia .....	36
4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.3	Responden Berdasarkan Banyak Transaksi Pembelian .....	38
4.4	Tanggapan Responden Tentang Indikator Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) .....	39
4.5	Tanggapan Responden Tentang Indikator Kehandalan ( <i>Reliabilitas</i> ) .....	40
4.6	Tanggapan Responden Tentang Indikator Daya Tanggap....	41
4.7	Tanggapan Responden Tentang Indikator Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	43
4.8	Tanggapan Responden Tentang Indikator Empati ( <i>Empathy</i> ) .....	44
4.9	Rekapitulasi Kualitas Pelayanan.....	45
4.10	Tanggapan Responden Tentang Indikator Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk .....	46
4.11	Tanggapan Responden Indikator Tentang Keinginan Mencoba.....	48
4.12	Tanggapan Responden Tentang Indikator Kemantapan Akan Kualitas Suatu Produk.....	49
4.13	Tanggapan Responden Tentang Indikator Kurang Memperhatikan Merek, Iklan, Dan Harga Pesaing.....	50
4.14	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X) .....	52
4.15	Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y).....	52
4.16	Hasil Uji Realibitas .....	54
4.17	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	54
4.18	Hasil Pengujian (Uji t) .....	55
4.19	Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56

**Hak Cipta dan Hak Milik Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Produksi di CV Kunteng .....	21
Gambar 3.1	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	30
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran .....	34







1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produknya dalam bentuk kepercayaan.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.<sup>1</sup>

Pelayanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keputusan konsumen itu sendiri. Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa.<sup>2</sup> Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keberagaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015, h. 214

<sup>2</sup> Ratminto, Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015, h. 52

<sup>3</sup> Lovelock dan Laksana. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga, 2008, h. 88



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan keputusan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Semakin ketat persaingan serta konsumen yang semakin selektif dan berpengertian mengharuskan perusahaan selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Pada saat meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui apakah pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen selama ini telah sesuai dengan harapan konsumen atau belum.

Perlu diketahui bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan prima serta keputusan konsumen yang dapat dirasakannya. Hal ini penting sebagai acuan dalam pembenahan pelayanan agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Hilangnya sebuah kepercayaan terhadap pelayanan jasa justru membuat perusahaan semakin sulit mendapatkan konsumen yang puas dan setia. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jangannlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (Q.S Al-Anfal: 27)

Berdasarkan potongan ayat tersebut mengemukakan bahwasanya sebagai insan manusia, Allah SWT menyuruh kita untuk selalu berbuat baik kepada orang lain dan menjaga kepercayaan kepada orang lain, tanpa terkecuali ayat itupun

menjelaskan kita untuk melakukan kebaikan dengan melakukan pelayanan jasa yang berkualitas kepada konsumen.

CV. Kunteng merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perindustrian kayu yaitu pembuatan jendela, pintu, lemari, angin-angin, kursi dan lain-lain. Proses penjualannya masih menggunakan media penyampaian informasi yang sederhana sehingga untuk pemasaran produk dan pelayanan belum maksimal. Dengan masalah yang dihadapi CV. Kunteng, maka dibutuhkan sebuah informasi berbasis web, hal ini sangatlah penting karena dengan adanya sebuah sistem ini akan dapat membantu kendala yang ada. Pelanggan akan dapat mengakses informasi yang dibutuhkan kapan saja dan diman saja. Dengan demikian CV. Kunteng dapat memperluas jangkauan pemasaran tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan biaya.

Konsumen memiliki beragam produk dan layanan dalam pikiran mereka. Informasi ini mungkin datang melalui iklan, teman, kelompok sebaya, keluarga dan saluran lainnya. Mereka menggunakan informasi ini dalam memilih dari penawaran yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jadi informasi ini digunakan untuk memutuskan pembelian produk dan layanan tertentu.<sup>4</sup>

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Hidayat, Ikhsan. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko, dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen pada Ritel Modern SB Houseware Bukit tinggi)*. Pekanbaru. Universitas Riau

<sup>5</sup> Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Press



Ada berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen diantara berbagai produk dan layanan. Tidak mudah membaca pikiran konsumen, terkadang mereka tidak dapat diprediksi karena keputusan pembelian mereka dapat berubah dengan perubahan pikiran. Perubahan keputusan pembelian mungkin karena mendapatkan beberapa informasi penting tentang merek lain yang lebih berharga karena perilaku konsumen bergantung pada faktor sosial. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pasar sasaran. Karena kelangsungan hidup suatu perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya.<sup>6</sup>

Perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang, dan usaha) untuk mendapatkan barang atau jasa yang nantinya akan dikonsumsi. Dalam studi ini juga dikaji tentang apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli, dimana mereka membeli dan bagaimana (berapa sering membeli) dan bagaimana mereka menggunakannya. Perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Jadi didalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Ijptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET.

<sup>7</sup> Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Adapun untuk melihat perkembangan jumlah pelanggan CV. Kunteng dapat dilihat dari data penumpang tahun 2015 sd 2017 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 : Data Penjualan Produk Pada CV. Kunteng Tahun 2015 sd 2017**

No	Tahun	Target	Realisasi	%
1	2015	72.000	68.062	94,53
2	2016	72.000	69.685	96,78
3	2017	72.000	63.685	88,45
4	2018	72.000	63.128	87,67

Sumber : CV. Kunteng Tahun 2019

Dari Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan setiap tahun selalu mengalami fluktuasi dari target penjualan produk. Dilihat dari tahun 2017 mengalami penurunan produk dan penjualan tertinggi dilihat pada tahun 2016. Namun Target penjualan yang ditetapkan tidak sesuai dengan realisasi penjualan. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2015 target penjualan 72.000 dengan realisasi penjualan 68.062 orang atau (94,53%) berarti tidak mencapai target, demikian juga tahun 2016 target penjualan 72.000 orang dengan realisasi penjualan 69.685 orang atau (96,78%) berarti sama dengan sebelumnya tidak mencapai target. Kemudian pada tahun 2017 terjadi penurunan penjualan yang berarti semakin jauh dari target yang ditetapkan sebesar 72.000 orang dengan realisasi 63.685 atau (88,45%).

Ada beberapa faktor yang menyebabkan penjualan produk pada CV. Kunteng tidak mencapai target :

1. Persaingan harga produk dengan perusahaan lainnya
2. Persaingan antar jasa
3. Kurangnya pelayanan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Kecenderungan Konsumen yang lebih memilih membeli produk yang lebih murah tanpa melihat kualitas produk
5. Produk yang dijual kurang bervariasi sehingga membuat pelanggan merasa tidak puas

Berdasarkan hasil observasi di CV. Kunteng menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih belum maksimal, seperti pada bukti fisik yang ada di CV.

Kunteng yaitu fasilitas fisik antara lain peralatan, personil dan media komunikasi yang dapat membantu dalam proses penyampaian jasa dengan baik. Dalam hal ini CV. Kunteng sangat memperhatikan kerapian, kebersihan, kelengkapan peralatan keselamatan dan kelengkapan lainnya, ruangan yang nyaman maupun lingkungan.

Dalam hal pelayanan yang diberikan, apakah sudah sesuai harapan pelanggan atau belum, oleh karena itu pihak jasa dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar keputusan pelanggan meningkat, pihak jasa perlu secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan keputusan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik untuk mengadakan penulisan karya tulis ini dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah"**



## B.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana Persepektif Ekonomi Syariah tentang kualitas pelayanan prima terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

## C.

### Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.

#### Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui Persepektif Ekonomi Syariah tentang kualitas pelayanan prima terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

#### 2.

#### Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

- a. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) Pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Jurusan Ekonomi Syariah.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. **Hak cipta milik UIN Suska Riau**

#### **D. Metode Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

##### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Sedangkan objek penelitian ini adalah Pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah.

##### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di CV. Kunteng sebanyak 63.685 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *slovin* sebagai berikut :

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1 + \{N(e)^2\}}$$

Keterangan :

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel yang dicari

E = tingkat kesalahan / batas toleransi kesalahan (*error*) sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1 + \{N(e)^2\}} = \frac{63.685}{1 + \{63.685 (0,1^2)\}} = \frac{63.685}{1 + \{63.685 (0,01)\}} = \frac{63.685}{637.85} = 99.84$$

Maka, diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

#### 4. Sumber Data

##### a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang diperoleh langsung dari responden secara tertulis yang terkait dengan indikator-indikator yang diteliti. Dengan demikian sumber data yang digunakan adalah data primer karena peneliti langsung mengumpulkan data dari tiap responden dalam penelitian.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumentasi laporan keuangan dan literatur kepustakaan seperti buku-buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran sang peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang sudah disusun dengan cermat. untuk penelitian ini peneliti menggunakan tiga macam cara yaitu mengumpulkan data dengan observasi, angket dan dengan menggunakan dokumentasi.

#### 1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek.<sup>8</sup> Peneliti melakukan pengamatan langsung di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sebagai objek penelitian.

#### 2. Angket

Angket merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan kepada responden untuk diisi.<sup>9</sup>

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dokumentasi yang berbentuk data pelanggan.<sup>10</sup>

### Teknik Analisa Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu data yang terkumpul dianalisis dengan menguraikan serta mengaitkan dengan teori-teori yang ada dengan permasalahan yang ada, yang kemudian akan memberikan hasil yang relevan untuk selanjutnya kemudian diambil kesimpulan dan saran.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif & Kualitas R&B)*. Bandung: Alfabeta, 2015, hlm. 204

<sup>9</sup> Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2014, hlm. 113

<sup>10</sup> Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 114

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengaruh antara variabel ini akan diformulasikan ke dalam persamaan.<sup>11</sup>

$$Y = \alpha + \beta_i X + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Konsumen

a = konstanta

X = Kualitas pelayanan prima

e = Error Term

$\beta_i$  = Koefisien Regresi

i = 1.

Untuk mendapatkan memberikan interpretasi seberapa kuat hubungan antara variabel X dengan variabel Y, maka dapat digunakan pedoman interpretasi data yang dilihat dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1.2. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

**Pengujian Hipotesis**

**a. Uji t Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik t)**

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (mandiri) dan juga melihat variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap variabel terkait.<sup>12</sup> Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel

<sup>11</sup> Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia, 2002:150

<sup>12</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, h. 25

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesa dilakukan dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel pada  $\alpha$  ( $\alpha$ ) 5% dan dengan uji dua sisi atau uji dua arah yaitu  $\alpha/2 = 0,025\%$  dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - (k + 1) = 96 - 2 = 94$ , maka didapat  $t$  tabel adalah 1,986. Adapun yang dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing  $t_{hitung}$ . Adapun kriteria Pengambilan Keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel} / t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$ , maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$  atau  $Sig \geq \alpha$ , maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**b. Uji F**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $F < 0,05$ , maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

nilai signifikansi  $F > 0,05$ , maka model regresi adalah tidak baik.

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### Definisi Operasional Variabel Penelitian

##### a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.<sup>13</sup> Dalam tulisan ini penulis menggunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini yaitu:

##### 1) Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel Stimulus, Prediktor, antecedent. Yang di dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan prima.

<sup>13</sup> Ibid, hlm. 38

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat atau dependent dalam penelitian ini yaitu keputusan konsumen (Y).

**b. Defenisi Operasional Variabel**

Operasional variabel adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.<sup>14</sup> Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik. Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

---

<sup>14</sup> Ibid

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.3 Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Pelayanan Prima (X)	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) ( $X_1$ )	1. Fasilitas fisik 2. Perlengkapan 3. Pegawai 4. Sarana komunikasi	Ordinal
2.		Kehandalan ( <i>reliability</i> ) ( $X_2$ )	1. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera 2. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat 3. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan	Ordinal
3.		Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) ( $X_3$ )	1. Kesiediaan untuk membantu konsumen 2. Memberikan Pelayanan dengan tanggap	Ordinal
4.		Jaminan ( <i>Assurance</i> ) ( $X_4$ )	1. Pengetahuan 2. Kemampuan 3. Kesopanan 4. Sifat dapat dipercaya	Ordinal
5.		Empati ( <i>Empathy</i> ) ( $X_5$ )	1. Kemudahan dalam melakukan hubungan 2. Komunikasi yang baik 3. Perhatian pribadi 4. Memahami kebutuhan pelanggan	Ordinal
No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
6.	Keputusan Konsumen (Y)	Tindakan konsumen untuk membeli atau tidak membeli berdasarkan evaluasi dari berbagai pilihan yang merupakan proses atau tahap pembelian konsumen (Kotler dan Armstrong , 2003:63)	1. Memutuskan membeli karena dorongan faktor sosial 2. Memutuskan membeli karena kebiasaan 3. Memutuskan membeli karena harga 4. Merek produk ( Kotler dan Armstrong , 2003:63)	Ordinal

Sumber: Data Diolah (2019)

**Sistematika Penulisan**

Pada Bab I, dipaparkan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada bab II, berisikan Gambaran Umum CV. Kunteng, Visi misi dan tujuan, Ruang Lingkup Perusahaan.

Bab III, merupakan bab yang mengenai pengertian Kualitas Pelayanan Prima dan Keputusan Konsumen.

Bab IV, berisikan Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah

Bab V, merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan penulis terhadap masalah-masalah yang ada dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi bank tersebut

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Industri rumahan (*home industry*) kerajinan di bidang mebel CV. Kunteng didirikan tepatnya pada tahun 1992 yang berada di jalan Garuda Sakti Km.2 Kecamatan Tampan Pekanbaru, CV Kunteng Garuda Sakti sebuah perusahaan mebel rumahan yang di dirikan oleh bapak Sulistiono. CV. Kunteng adalah perusahaan yang bergerak dibidang kerajinan mebel/furniture yang biasa disebut perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, lemari dan lain sebagainya. Pada awalnya perusahaan didirikan karena keinginan dari pemilik perusahaan untuk memiliki usaha yang lebih menjanjikan masa depannya dan punya penghasilan yang besar.

Berawal dari mengikuti jejak rekan bisnis yang sudah punya pengalaman lebih banyak di bidang usaha mebel, setelah beberapa lama mengikuti rekan bisnisnya tersebut dan pemilik perusahaan mulai biasa dan mempunyai pengalaman yang cukup, maka pemilik perusahaan mulai mendirikan mebelnya sendiri.

Mulanya Perusahaan hanya memproduksi beberapa produk mebel untuk daerah sekitar perusahaan saja dan produk yang di produksi hanya produk dengan desain yang sederhana/polos tanpa ada ukirannya. Setelah ada respon baik dari konsumen sekitar pada tahun 1995, perusahaan mulai melirik mebel dengan ukiran kuno yang di harapkan bisa menarik minat konsumen luar. ide ukiran tersebut didapatkan dari barang-barang peninggalan yang dibeli dari masyarakat sekitar.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Barang-barang yang sudah terbilang tua tersebut lalu direpair sedemikian rupa dari penghalusan kayu kembali, pemilihan warna, dan finishing untuk mendapatkan hasil akhir yang lebih baik dari sebelumnya. Selain itu perusahaan mulai meniru dari barang-barang tersebut untuk dibuat menjadi produk yang lebih beraneka ragam.

## **Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan**

### **1. Visi Perusahaan**

Visi merupakan harapan perusahaan akan keadaan masa depan dan visi dijadikan acuan dalam pelaksanaan strategi yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara dan dialog dengan pengambil keputusan perusahaan, maka visi CV. Kunteng Pekanbaru adalah “Mengembangkan usaha menjadi perusahaan yang tidak hanya mampu bersaing dalam produk mebel tetapi juga memiliki kualitas dalam bidang kerajinan seni kayu”.

### **2. Misi Perusahaan**

Misi merupakan turunan dari visi yang merupakan tujuan mendasar yang membedakan dengan perusahaan sejenis. Misi CV. Kunteng berkaitan dengan dengan visi tersebut diatas adalah “ Terus menerus meningkatkan produk untuk dapat berkembang memenuhi keinginan konsumen dengan mengutamakan kualitas, serta memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar”.

### **3. Tujuan Perusahaan**

Setiap perusahaan sebagai suatu organisasi tentu mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam menjalankan aktivitasnya. Seperti halnya dengan CV. Kunteng Garuda Sakti, tujuan ini akan berperan sebagai pedoman



ataupun arah bagi perusahaan dalam melaksanakan aktivitas yang akan dilakukan. Tujuan ini meliputi tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### a. Tujuan Jangka Pendek

##### 1) Meningkatkan volume penjualan

Perusahaan dalam aktivitasnya berharap untuk selalu dapat meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan profit yang pada akhirnya dapat membiayai segala keperluan yang menyangkut aktivitasnya.

##### 2) Meningkatkan kualitas produk

Kualitas produk sangat mempengaruhi naik turunnya produk yang terjual. Karena itu perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dan selalu mengawasi mutu produknya demi kelangsungan hidup perusahaan.

#### Tujuan Jangka Panjang

##### 1) Menjaga kontinuitas perusahaan

Perusahaan selalu berusaha untuk terus meningkatkan profitnya dengan berupaya meningkatkan volume penjualan, karena jika perusahaan mengalami penurunan profit akan dapat mengganggu kontinuitas perusahaan.

##### 2) Mencapai keuntungan yang optimal

Perusahaan pada dasarnya mengharapkan keuntungan yang optimal dari usahanya guna menjaga kelangsungan hidupnya



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan karena dengan keuntungan ini perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya.

#### 3) Mengadakan ekspansi perusahaan

Perusahaan berupaya memperluas usaha dalam bentuk peningkatan produksi, memperbaiki teknik produksi, memperluas inovasi, meningkatkan kreativitas, memperluas area pasar ataupun dalam bentuk lainnya.

### C. Bahan –bahan yang digunakan dalam proses produksi

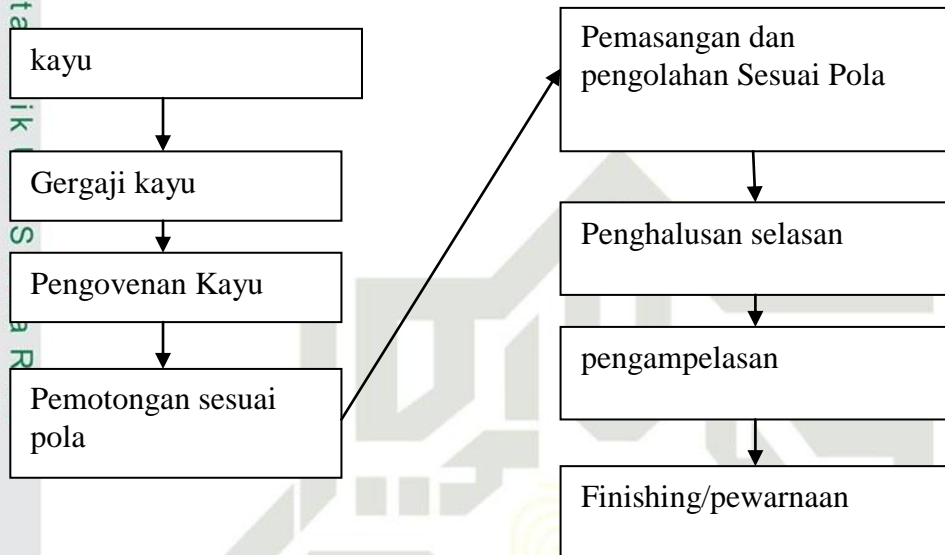
Ada beberapa bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi yaitu diantaranya bahan utama yang digunakan adalah kayu resak, kulim, meranti dan rengas, alat *finishing* pewarna plitur kayu, *thinner*, cat kayu, amplas kayu, *handle* pintu, kunci, pengait mata kucing, dan lain-lain. Kayu yang digunakan adalah kayu yang mempunyai kualitas yang baik dan tidak gampang rusak karena cuaca ataupun hama, dan biasanya juga tergantung permintaan konsumen.

### D. Proses Produksi

Didalam proses produksi perusahaan menggunakan beberapa alat yaitu mesin pemotong kayu (selendang dan gerenda), mesin selasar, mesin ampelas, alat *finishing* untuk pewarnaan, dan lain-lain. Proses produksi diawali dengan menggoreng kayu, kemudian kayu tersebut di oven menggunakan alat khusus pengovenan kayu atau ada juga yang tidak di oven, hal tersebut dilakukan agar kayu yang akan diproduksi benar-benar kering dan tidak gampang pecah atau

retak, selain itu jika kayunya kering ketika diproduksi hasilnya lebih bagus. Seperti pada gambar berikut ini:

Gambar 2.1. Proses Produksi di CV Kunteng



Proses produksi pada perusahaan ini bersifat terus-menerus, demikian juga dalam proses pembuatannya yang berurutan melalui beberapa tingkatan pekerjaan sampai menjadi barang jadi. Tahapan tahapan dalam produksi tersebut ditangani dengan SDM yang handal dan berbeda. Semua dilakukan dengan sangat jeli dan teliti.

Dan pada tahap akhirnya, Semua bagian-bagian kayu yang terlihat (*exposed*) harus *difinish*, termasuk semua permukaan yang terlihat bila pintu atau laci terbuka, selain itu ada juga bagian-bagian yang harus diperhatikan yaitu tingkat kehalusan permukaan produk, jika masih terasa kasar maka harus dihaluskan kembali menggunakan ampelas. setelah itu tinggal finishingnya saja, yaitu pewarnaan. Pemberian warna terhadap produk ada tiga warna yaitu kuning, merah, dan merah gelap agak kehitaman.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



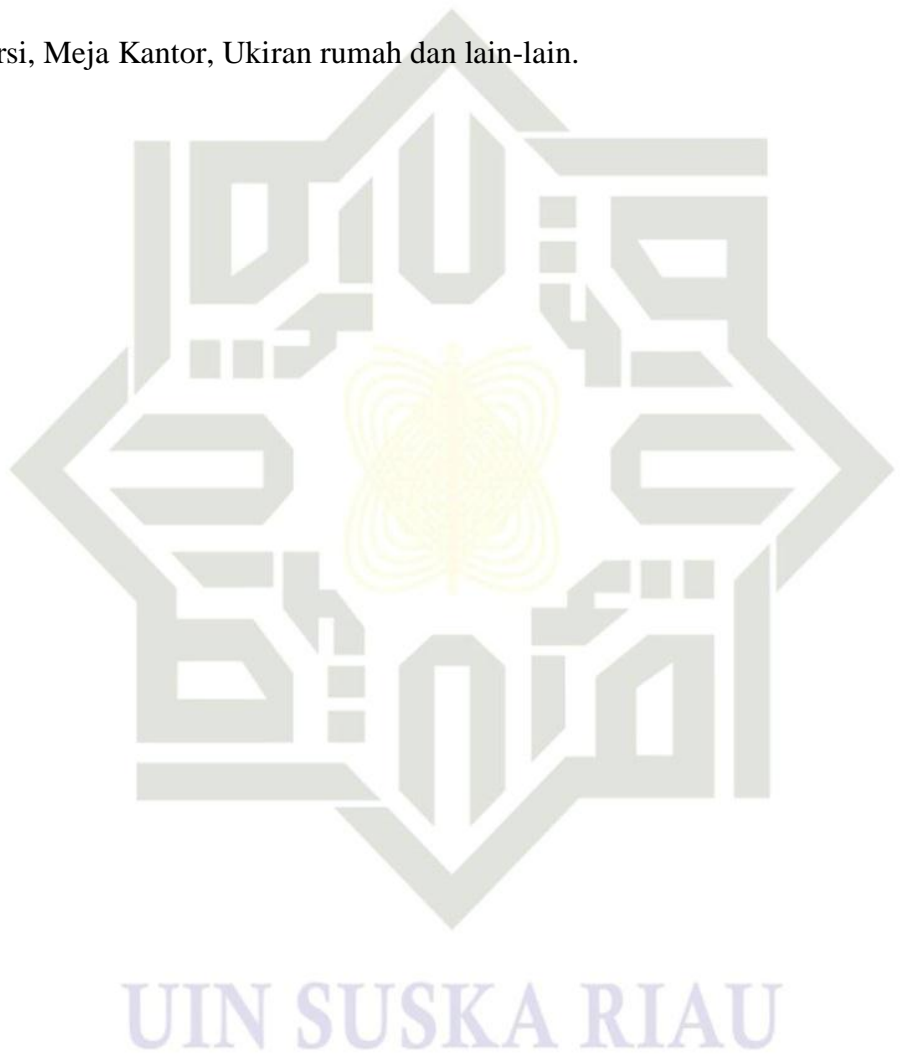


### E. Produk Mebel yang diproduksi

CV. Kunteng Kecamatan Tampan Pekanbaru ini memproduksi rangkaian produk perlengkapan rumah tangga seperti kursi tamu, kusen pintu dan jendela, Almari 2 Pintu, Almari 3 Pintu, Buffet TV/Laci/Hias/Nakas, Kursi Bar, Kursi Tamu (1set kursi dan meja), Kursi Tamu Panjang (1set kursi dan meja), Meja Makan 6/5/4 Kursi, Meja Kantor, Ukiran rumah dan lain-lain.

#### Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB III

### TINJAUAN TEORETIS

#### A. Kualitas Pelayanan

##### 1. Definisi Kualitas

Definisi kualitas seperti terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu. Maka untuk mengetahui sesuatu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengartikannya.

Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosa kata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran *relative* suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelanggan mendapatkan hal yang sesuai dengan keinginannya maka kualitas pelayanan tersebut dapat dikatakan baik. Apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.<sup>15</sup>

Kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau yang melebihi harapan. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari

<sup>15</sup> Parasuraman, 2011. 2011. *SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. Journal Of Retailing Vol. 64 No. 1

beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja.<sup>16</sup>

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pimpinan pasar atau sebagai strategi untuk terus tumbuh. Kualitas merupakan pencapaian produk dan jasa yang terus menerus menjadi lebih baik dengan harga yang semakin lama semakin bersaing. Kualitas yang dirasakan secara langsung mempunyai efek positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan akan berpengaruh negatif pada komplain pelanggan dan berpengaruh positif pada kesetiaan pelanggan.

## 2. Definisi Pelayanan

Kebutuhan manusia adalah suatu rasa yang timbul secara alami dari dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya. Kebutuhan-kebutuhan ini kemudian memunculkan keinginan manusia untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan tersebut sebagai alat pemenuhan kebutuhan hidupnya. Pelayanan adalah proses penyedia kebutuhan akan barang dan jasa bagi pihak yang membutuhkannya. Proses pelayanan ini terjadi jika barang dan jasa tidak dapat disediakan sendiri oleh individu atau organisasi yang membutuhkannya.<sup>17</sup>

Jenis-jenis layanan yang harus diberikan pada pelanggan sangat tergantung pada kebutuhan, keinginan, dan kemampuan pihak penyedia layanan yang

<sup>16</sup> Tjiptono F & Chandra G. 2016. *Service, Quality, & Satisfaction* (3ed). Yogyakarta: Andi Publisher.

<sup>17</sup> Barata. 2013. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media, hlm. 13





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

bersangkutan. Pelaksanaan pelayanan oleh pihak perusahaan terhadap para pelanggan, baik yang ditunjukkan oleh pelanggan internal maupun pelanggan eksternal mempunyai peranan penting dalam bisnis karena kelangsungan perusahaan sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan terhadap perusahaan, dengan memberikan layanan kepada para pelanggan, diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan, perusahaan, sehingga dari waktu ke waktu perusahaan akan mampu memelihara dan meningkatkan penjualan barang atau jasa, dan sekaligus dapat meraih keuntungan sebagai mana yang diharapkan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu proses yang diberikan untuk seseorang untuk orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu pada jual beli barang atau jasa sehingga orang tersebut memperoleh suatu yang diinginkan.

### 3. Definisi Kualitas Pelayanan

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang diperhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus diperhatikan juga. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Kualitas pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya, apabila

pelayanan yang diberikan kurang baik dan kurang memuaskan, maka usaha tersebut akan dinilai kurang bermutu.<sup>18</sup>

Definisi kriteria pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima (*expected service*) atau jasa yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal atau memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

#### 4. Indikator Kualitas Pelayanan

Beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi utama kualitas pelayanan tersebut adalah:

- a) Bukti fisik (*Tangible*)  
Tampilan fisik yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- b) Keandalan (*Reliability*)  
Keandalan yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, keakuratan dan memuaskan.  
yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

<sup>18</sup> Tjiptono. *Loc. Cit*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

#### d) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yang diberikan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan.

#### e) Perhatian (*Emphaty*)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.<sup>19</sup>

Dimensi kualitas di atas dapat dijadikan dasar bagi pelaku bisnis untuk mengetahui apakah ada kesenjangan atau perbedaan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Harapan pelanggan sama dengan keinginan pelanggan yang ditentukan oleh informasi yang mereka terima dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal melalui iklan dan promosi. Jika kesenjangan antara harapan dan kenyataan cukup besar, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

### 5. Mengelola Kualitas Jasa

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan. Model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan, adapun lima model yang mengidentifikasi lima kesenjangan jasa yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu :

<sup>19</sup> Ibid



1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin memahami keinginan pelanggan namun tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para karyawan mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh wakil – wakil atau iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.<sup>20</sup>

## B. Keputusan Pembelian

### 1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain.

Keputusan pembelian itu sendiri adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli merek yang paling disukai.<sup>21</sup>

Pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya, hasilnya merupakan suatu pilihan yang disajikan kognitif sebagai keinginan berperilaku. Konsumen membuat banyak

<sup>20</sup> Suprpto, 2014. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta, hlm. 240

<sup>21</sup> Kotler, Philip dan Kevin, L Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, hlm. 188

keputusan setiap hari, suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua alternatif, tindakan atas perilaku, keputusan selalu mengisyaratkan diantaranya perilaku yang berbeda.<sup>22</sup>

Konsumen membuat sejumlah keputusan pembelian setiap hari. Hampir seluruh perusahaan meneliti pengambilan keputusan pembelian konsumen secara mendetail untuk memperoleh jawaban apa yang konsumen beli, dimana mereka membelinya, bagaimana caranya dan seberapa banyak, kapan, dan mengapa mereka membelinya.

## 2. Proses Pengambilan Keputusan Membeli

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu produk guna memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Perilaku pilihan terhadap barang atau jasa tersebut dilakukan konsumen sebagai masalah yang disebabkan timbulnya suatu kebutuhan.

Keputusan konsumen, setiap konsumen memiliki peranan seperti :

1. Inisiator (*initiator*) yaitu seorang inisiator dari proses pembelian
2. Pemberi pengaruh (*influencer*) yaitu individu yang opininya sangat dipertimbangkan di dalam pilihan yang dievaluasi dan dipilih.
3. Pengambil keputusan (*decider*) yaitu orang dengan wewenang atau kekuasaan untuk memilih.
4. Pembeli (*buyer*) yaitu agen pembeli
5. Pemakai (*user*) yaitu konsumen aktual.<sup>23</sup>

Kelima peranan tersebut tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembelian. Tidak dilaksanakannya beberapa tahap dari proses produk tersebut, mungkin terjadi pada pembelian yang bersifat emosional. Di antara peran dalam

<sup>22</sup> Mamang. 2013. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan, hlm.121

<sup>23</sup> Engel, Blackwell, Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara. Hlm. 23

pembelian di atas yang terpenting adalah peranan ketiga yaitu pengambilan keputusan.

Pada umumnya konsumen melewati lima tahap dalam proses keputusan pembelannya itu (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, (5) perilaku pasca pembelian.<sup>24</sup>

**Gambar 3.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**



Sumber: Kotler (2013:204)

### 1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Para pemasar menggunakan tenaga penjualan, iklan, dan pengemasan untuk membantu membangkitkan pengenalan akan kebutuhan konsumen.

### 2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah akan mengurangi pencarian informasi. Tiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui tentang merek-merek yang bersaing dan keistimewaan mereka. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu:

- Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan
- Sumber komersial : iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan
- Sumber publik : media massa, organisasi konsumen pemeringkat
- Sumber pengalaman : penanganan, pengkajian dan pemakaian produk

### 3. Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi merek yang kompetitif dan membuat penilaian akhir. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan konsumen. Beberapa konsep dasar akan membantu dalam memahami proses evaluasi konsumen. Pertama konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan. Kedua, konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari untuk memuaskan kebutuhan ini. Konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memandang atribut-

<sup>24</sup> Kotler, Philip dan Kevin, L Keller, *Loc. Cit*



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atribut yang dianggap relevan dan penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

#### 4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Namun, dua faktor dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor utama adalah pendirian orang lain. Sejauh mana pendirian orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal : (1) intensitas pendirian negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) memotivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi. Faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas perusahaan tidak berakhir pada saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Perusahaan harus memantau kepuasan pasca pembelian, dan pemakaian dan pembuangan pasca pembelian. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk tersebut. Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan beraksi sebaliknya.

### 3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian

Dimensi dan indikator keputusan pembelian untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan sebagai berikut:

#### 1. Pilihan Produk

Dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya: kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.

#### 2. Pilihan Merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini

perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

Misalnya: kepercayaan dan popularitas merek.

### 3. Pilihan Penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi.

Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Misalnya: kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

### 4. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.

### 5. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Misalnya: kebutuhan akan produk.<sup>25</sup>

Berdasarkan dimensi dan indikator keputusan pembelian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam mengukur keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan pilihan produk, merek, penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian yang sesuai dengan kebutuhan konsumen terhadap suatu barang.

<sup>25</sup> Tjiptono. 2011. *Op. Cit.* hlm. 184

## C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa. Konsistensi dengan hasil tersebut menyatakan bahwa perusahaan dalam memasarkan jasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya. Persepsi terhadap kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.<sup>26</sup>

Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan perusahaan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal ini berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.<sup>27</sup>

Menurut penelitian yang dilakukan Nurokti Didana Lutfi, Apriatni Endang P, Agung Budiarmo. e-journal Undip, Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 4 , Tahun 2015 hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

#### D. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual atau kerangka pemikiran adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian ditujukan, dimana hal ini merupakan

<sup>26</sup>Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan. hlm.

<sup>27</sup> Tjiptono. 2011. *Op. Cit.* hlm. 180



Hubungan antara variabel yang secara logis diterangkan dan dikembangkan dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi, dan survei literatur.<sup>28</sup>

Definisi kriteria pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima (*expected service*) atau jasa yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal atau memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

**Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran**



Sumber: Tjiptono (2011:180)

<sup>28</sup> Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta. hlm. 52



## E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati maupun kondisi-kondisi yang diamati, dan digunakan sebagai petunjuk untuk langkah selanjutnya.<sup>29</sup>

Berdasarkan uraian teori dan landasan di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>29</sup> Sunyoto, Danang. 2014, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat, dan Analisis Data)*, Jakarta: PT. Buku Seru, hlm. 67

## BAB V

### PENUTUP

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk mebel di CV Kunteng Garuda Sakti Kecamatan Tampan Pekanbaru, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk mebel di CV Kunteng Pekanbaru berada pada kategori sedang.
2. Berdasarkan teori pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pengguna jasa sudah sesuai dengan konsep teori ekonomi syariah yaitu; Kesederhanaan, Kejelasan dan Kepastian, Keamanan, Keterbukaan, Efisien, Keadilan yang merata dan Ketepatan waktu, Karena pelayanan prima dalam system ekonomi syariah sangat mengedepankan unsur-unsur tersebut.

#### Saran

1. Kualitas pelayanan harus dikelola lebih baik agar konsumen tidak berpindah ke pesaing lainnya mengingat saat ini bisnis pengetaman kayu masih berkembang dan dibutuhkan masyarakat.
2. Pengelola CV Kunteng Pekanbaru tidak hanya menjadikan kualitas pelayanan sebagai dasar atau patokan untuk menarik maupun mempertahankan konsumen karena masih banyak strategi-strategi



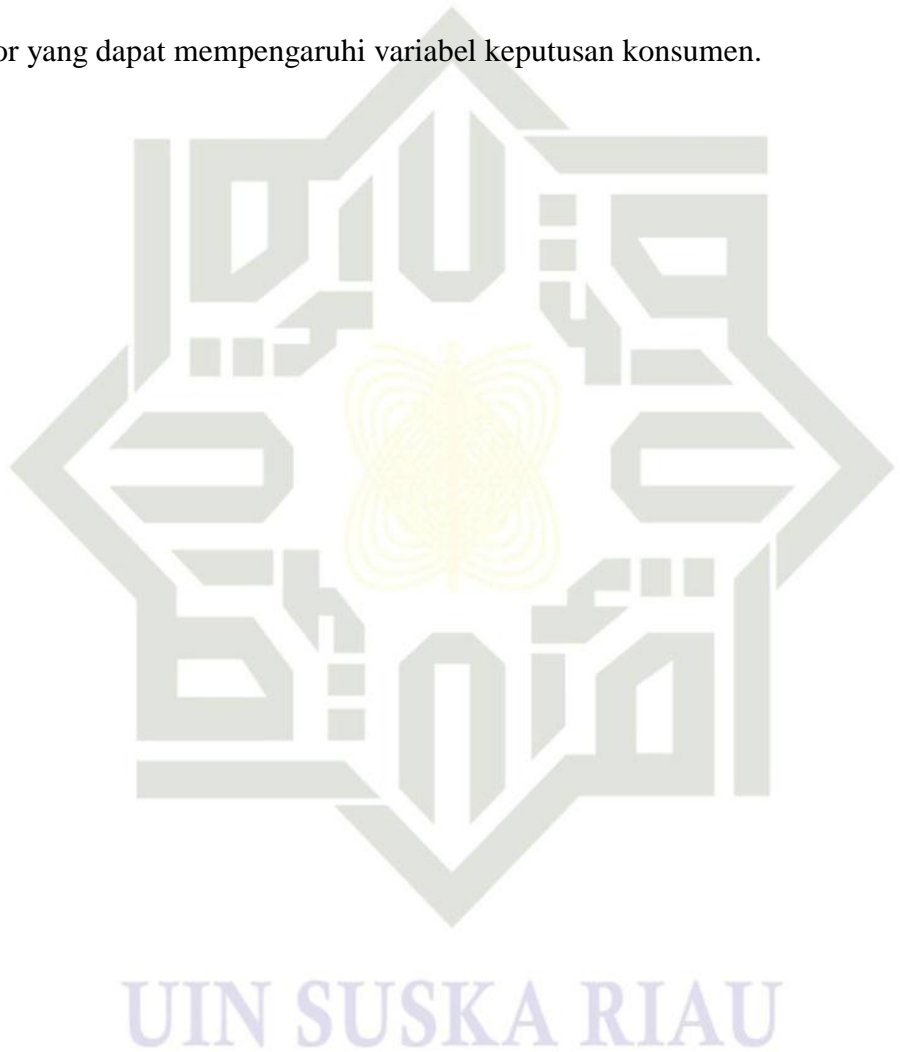


pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi keputusan konsumen.

3. Penelitian mendatang diharapkan untuk menambah variabel-variabel lainnya seperti harga, promosi dan lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Hal ini akan dapat membantu dalam memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel keputusan konsumen.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

1. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014
2. Barata. 2013. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media
3. Christopher Lovelock, dkk. *Pemasaran Jasa (Manusia Teknologi, Strategi) Persepektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 2010
4. Hasan. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia, 2002
5. Kotler, Philip dan Kevin, L Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
6. Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
7. Lovelock dan Laksana. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga, 2008
8. Nurokti Didana Lutfi, Apriatni Endang P, Agung Budiatmo. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*. -journal Undip, Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 4
9. Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 2011. *SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality*. Journal Of Retailing Vol. 64 No. 1
10. Priyati, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
11. Ratminto, Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015
12. Sanusi Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
13. Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
14. Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015
15. Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif R&B)*. Bandung: Alfabeta, 2015
2. Sanyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2014
3. Sulistyono, 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta
4. Suprpto, 2014. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
5. Sunusi, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
6. Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media 2004
7. Tjiptono F & Chandra G. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction* (3ed). Yogyakarta: Andi Publisher.
8. Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran, Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
9. Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008
10. Widoyoko, Eko Putro. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
11. Wijaya Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kembangan.
12. William & Stanton. 2009. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
13. Winardi, 2009. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian* (edisi 5). Jakarta: Rajawali Pers.
14. Wiyasha. 2010. *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset



## Lampiran 1.

### ANGKET PENELITIAN

#### I. IdentitasPeneliti

Nama : Dhanang Al Iqbal  
 NIM : 11525104095  
 Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syari'ah  
 Prodi : Ekonomi Syari'ah  
 Jenjang Pendidikan : Strata 1  
 Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

#### II. Ketentuan Angket

1. Angket penelitian ini hanya dimaksudkan untuk keperluan ilmiah (Penelitian Skripsi ) oleh karena itu diharapkan kepada bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi informasi data sesuai dengan fakta.
2. Identitas bapak/ibu sebagai responden dijamin kerahasiannya sesuai etika penulisan ilmiah.
3. Atas kerjasamanya dan bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih

#### III. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : L/P
3. Usia saat ini : ☐ 20 – 30 ☐ 30 – 40 ☐ 40 – 50 ☐ Lainnya.....
4. Pendidikan terakhir : ☐ SMA/SMK ☐ D3/D4 ☐ S1 ☐ S2
5. Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ PNS ☐ Wirausaha  
☐ KaryawanSwasta ☐ Lainnya(sebutkan).....

#### IV. Petunjuk Pengisian

Jawablah pernyataan berikut ini secara jujur dan objektif, kaitkanlah dengan apa yang anda alami. Caranya beri tanda silang (X) atau check (√) pada jawaban yang menurut pendapat Anda paling sesuai atau tepat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

- = Sangat Setuju
- = Setuju
- = Kurang Setuju
- = Tidak Setuju
- = Sangat Tidak Setuju

## PERNYATAAN

### Indikator Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>						
1	Lokasi <b>CV Kunteng</b> sangat strategis					
2	<b>CV Kunteng</b> memiliki perlengkapan tukang yang lengkap					
3	Karyawan <b>CV Kunteng</b> selalu ramah terhadap pelanggan					
4	<b>Pemesanan produk di CV Kunteng dapat dilakukan melalui telepon</b>					
<b>Kehandalan (<i>Reliabilitas</i>)</b>						
5	Karyawan <b>CV Kunteng</b> mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera					
6	Karyawan <b>CV Kunteng</b> mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat					
7	Karyawan <b>CV Kunteng</b> mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan					
<b>Daya Tanggap (<i>Responsive</i>)</b>						
8	Karyawan <b>CV Kunteng</b> bersedia membantu konsumen yang mengalami masalah produk					
9	Karyawan <b>CV Kunteng</b> memberikan pelayanan dengan tanggap					
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						
10	Karyawan <b>CV Kunteng</b> memiliki pengetahuan berkaitan dengan keinginan konsumen					
11	Karyawan <b>CV Kunteng</b> mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar					
12	Karyawan <b>CV Kunteng</b> memiliki kesopanan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

17	Karyawan CV Kunteng memiliki sifat yang dapat dipercaya meskipun dibayar diawal					
	<b>Empati (Empathy)</b>					
	Kemudahan dalam melakukan hubungan dengan Karyawan CV Kunteng					
	Karyawan CV Kunteng memiliki komunikasi yang baik dalam melayani setiap konsumen					
	Karyawan CV Kunteng memberikan perhatian pribadi kepada konsumen					
	Karyawan CV Kunteng memahami kebutuhan konsumen					

#### Indikator Keputusan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk						
1	Saya sebagai konsumen ingin membeli mebel pada CV Kunteng karena adanya kebutuhan					
2	Saya sebagai konsumen membeli mebel pada CV Kunteng karena sesuai dengan keinginan yang diharapkan					
3	Kualitas mebel pada CV Kunteng dapat diandalkan karena bahan dan desainnya baik dan rapi					
4	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli mebel pada CV Kunteng					
5	Saya membeli mebel pada CV Kunteng karena jarak tempuh yang tidak jauh serta kualitas terjamin					
6	Bahan yang digunakan mebel pada CV Kunteng merupakan bahan yang sesuai dengan produk yang terbaik sehingga menjadi awet dan tahan lama					
7	Saya memilih produk mebel pada CV Kunteng karena sesuai dengan kebutuhan saya					
Keinginan mencoba						
8	Saya datang ke CV Kunteng karena ingin mencoba membeli produk-produk mebel yang ada di sana					





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	9	Saya datang mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>berdasarkan informasi dari teman harga mebel pada CV Kunteng lebih murah dibandingkan dengan perusahaan mebel lainnya</b>					
	10	Saya memutuskan untuk membeli produk mebel <b>pada CV Kunteng</b> berdasarkan <b>pengalaman orang lain</b>					
	11	Saya mencari informasi kepada kawan, saudara yang sudah menggunakan produk mebel <b>pada CV Kunteng</b>					
	<b>Kemantapan akan kualitas suatu produk</b>						
	12	Saya membeli mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>memiliki kualitas yang sangat bagus</b>					
	13	Saya selalu membeli mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>pilihan model dan desain yang bervariasi</b>					
	14	Saya akan merekomendasikan produk mebel <b>pada CV Kunteng</b> kepada teman saya					
	15	Saya membeli mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>adanya situasi dan kondisi yang menyenangkan saat memberikan pelayanan</b>					
	<b>Keputusan Pembelian Ulang</b>						
	16	<b>CV Kunteng Perkanbaru</b> menjual produk <b>berkualitas dan tahan lama, sehingga saya datang membeli kembali</b>					
	17	Meskipun sudah memiliki produk mebel di rumah saya tetap akan membeli produk lainnya karena sesuai dengan yang diharapkan					
	18	Saya mengajak teman untuk membeli mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>harga dan kualitas produk selalu terjamin</b>					
	19	Saya selalu kembali membeli mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>pelayanannya yang memuaskan</b>					
	20	Saya senang membeli mebel <b>pada CV Kunteng</b> karena <b>ada jasa servis kerusakan mebel</b>					

## Lampiran 2.

### Data Validitas Kualitas Pelayanan

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RES	ITEM JAWABAN RESPONDEN																	Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	1	1	5	3	3	5	26
2	4	3	4	1	1	1	2	4	3	2	1	1	1	1	1	1	1	16
3	4	2	5	2	4	4	5	4	2	3	2	4	1	5	5	4	5	26
4	5	4	2	4	5	5	3	5	4	4	4	5	1	5	5	2	5	28
5	2	1	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	1	1	1	4	1	16
6	3	2	2	4	2	5	3	3	2	3	4	2	2	5	5	5	5	21
7	2	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	3	1	1	1	1	5	15
8	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	24
9	4	2	2	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	5	5	5	5	23
10	2	1	2	3	2	1	2	2	3	1	3	2	2	2	1	1	3	13
11	2	4	3	3	2	4	2	2	3	1	3	2	2	3	1	1	1	20
12	3	5	5	4	4	1	3	3	2	3	4	4	4	2	5	5	5	25
13	5	5	2	2	2	5	4	2	3	2	2	2	2	1	5	3	5	25
14	2	1	3	1	2	3	2	2	3	1	1	2	1	4	1	3	1	14
15	3	1	2	2	3	3	3	3	3	5	5	3	2	5	1	5	5	17
16	2	5	3	3	3	5	3	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	24
17	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	5	5	23
18	4	5	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	5	4	5	5	26
19	3	2	5	3	3	5	4	3	2	4	3	3	3	5	4	5	5	25
20	5	4	5	3	3	3	4	3	2	3	2	4	1	5	4	5	5	27
21	4	3	1	1	1	1	2	2	3	4	3	2	2	3	5	1	1	13
22	4	2	2	2	4	4	5	3	1	3	1	3	3	5	5	5	5	23
23	5	4	5	4	5	5	3	3	2	4	1	2	1	5	5	5	5	31
24	2	1	2	2	2	3	3	3	5	2	5	4	2	4	4	1	2	15
25	3	2	5	4	2	5	3	2	1	2	1	1	1	5	1	1	2	24
26	2	2	3	1	3	3	1	3	1	2	2	1	1	1	3	1	2	15
27	3	3	5	3	3	5	3	3	1	2	3	3	2	1	5	2	2	25
28	4	2	5	3	4	4	4	3	5	2	1	4	2	5	2	5	2	26
29	2	1	1	3	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	1	1	3	12
30	2	4	1	3	2	4	2	1	3	3	3	2	1	5	2	1	3	18





### Lampiran 3.

## UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### Kualitas Pelayanan (X)

```
RELIABILITY
/ VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007
VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014
VAR00015 VAR00016 VAR00017
/ SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/ MODEL=ALPHA
/ STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/ SUMMARY=TOTAL.
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	17

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	70.13	323.499	.604	.917
VAR00002	70.60	326.869	.408	.920
VAR00003	70.17	331.109	.314	.922
VAR00004	70.73	330.340	.498	.919
VAR00005	70.50	320.810	.719	.916
VAR00006	69.87	324.326	.451	.920
VAR00007	70.37	320.930	.734	.916
VAR00008	70.40	324.110	.656	.917
VAR00009	70.83	344.420	.371	.925
VAR00010	70.57	322.530	.656	.916
VAR00011	70.70	339.459	.469	.924
VAR00012	70.63	328.516	.486	.919
VAR00013	71.33	333.402	.352	.921
VAR00014	69.70	308.769	.608	.917
VAR00015	70.10	304.024	.696	.915
VAR00016	70.17	298.489	.752	.914
VAR00017	69.73	303.513	.729	.914

## Keputusan Konsumen (Y)

### Reliability

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	57.13	159.637	.208	.828
VAR00002	56.60	147.972	.419	.819
VAR00003	56.03	145.206	.512	.814
VAR00004	55.97	135.137	.694	.801
VAR00005	56.07	151.720	.404	.820
VAR00006	56.77	154.116	.519	.817
VAR00007	56.17	145.109	.562	.811
VAR00008	56.30	140.562	.606	.808
VAR00009	56.43	148.323	.651	.810
VAR00010	56.33	149.402	.431	.818
VAR00011	56.27	150.202	.481	.816
VAR00012	56.70	156.631	.293	.825
VAR00013	56.13	157.568	.208	.830
VAR00014	56.40	156.317	.337	.823
VAR00015	56.77	159.978	.308	.824
VAR00016	56.47	153.085	.365	.822
VAR00017	56.50	156.052	.256	.827
VAR00018	56.13	160.189	.388	.829
VAR00019	56.23	159.357	.388	.830
VAR00020	57.20	154.028	.340	.823



Lampiran 4.

TABULASI DATA PENELITIAN

Kualitas Pelayanan (X)

Sampel	Kualitas Pelayanan (X)																	Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	5	3	4	5	5	3	5	3	5	3	5	5	5	4	5	5	4	74
2	3	3	3	2	3	5	3	3	3	5	4	5	4	4	2	5	4	61
3	4	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	58
4	3	4	5	3	3	3	2	5	4	3	2	5	4	4	5	4	4	63
5	3	3	4	2	3	5	3	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	63
6	5	4	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	76
7	2	2	2	3	2	5	4	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	62
8	3	5	3	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	75
9	2	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	5	3	5	4	4	55
10	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	78
11	5	5	4	3	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	3	5	5	75
12	5	3	5	5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	74
13	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	81
14	5	4	2	4	3	3	3	5	2	4	3	5	5	4	3	3	5	63
15	3	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	77
16	2	3	4	3	2	2	2	4	5	2	5	5	4	3	5	5	5	61
17	3	4	4	4	3	5	3	2	5	5	3	5	5	5	5	5	3	69
18	3	4	3	3	3	3	2	3	5	3	2	5	5	5	2	5	3	59
19	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	77
20	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	78
21	4	3	5	2	4	2	3	4	3	2	5	4	5	4	5	4	4	63
22	3	3	4	2	3	4	3	3	4	5	3	3	5	5	5	2	4	61

23	2	2	3	5	2	3	2	3	3	5	2	5	4	5	2	3	4	55
24	4	4	3	2	4	2	2	3	5	2	2	3	4	5	5	2	4	56
25	5	5	4	4	5	5	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	3	74
26	5	3	3	2	3	2	3	5	5	2	5	5	2	3	2	4	4	58
27	3	5	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	76
28	4	3	4	3	3	3	4	5	4	3	5	5	3	3	3	5	3	63
29	3	2	2	2	4	4	3	3	3	5	5	5	5	3	4	4	4	61
30	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	75
31	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	75
32	5	4	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	76
33	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	79
34	4	4	5	4	3	5	5	4	3	5	3	4	5	5	5	4	5	73
35	3	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5	3	5	5	4	5	5	72
36	5	3	5	5	3	4	3	5	3	3	5	3	5	4	5	5	4	70
37	5	3	3	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	74
38	5	5	3	5	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	75
39	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	3	5	2	2	5	5	3	67
40	5	3	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	75
41	5	4	3	5	3	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	72
42	5	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	78
43	3	5	3	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	69
44	5	5	3	5	4	4	2	5	3	3	4	5	4	5	4	4	5	70
45	3	4	3	3	4	5	5	5	3	5	3	3	4	5	5	5	4	69
46	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	77
47	4	3	3	3	4	5	3	3	5	5	3	3	5	4	4	4	5	66
48	4	5	2	2	2	2	5	2	3	3	3	2	5	5	4	4	5	58
49	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	4	5	65
50	3	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	77
51	4	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	76

52	4	3	5	3	3	5	2	3	4	5	5	3	5	5	4	5	5	69
53	3	5	3	3	3	3	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	4	67
54	3	3	3	2	3	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	70
55	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	2	5	4	73
56	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81
57	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	72
58	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	77
59	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	71
60	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	78
61	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	67
62	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	73
63	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	2	5	4	73
64	5	3	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	5	4	3	5	4	69
65	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	4	74
66	5	3	3	2	2	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	66
67	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	2	76
68	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	78
69	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	76
70	5	5	4	5	4	4	5	2	4	5	4	3	4	5	3	5	5	72
71	2	3	5	5	4	5	3	2	4	5	3	2	4	5	5	5	4	66
72	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	80
73	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	76
74	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	74
75	5	5	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	77
76	3	5	2	4	2	5	5	3	3	5	4	3	5	4	5	3	5	66
77	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	79
78	5	5	2	2	2	3	5	2	5	5	5	4	3	4	5	4	3	64
79	5	3	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	75
80	5	3	3	4	4	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5	74



81	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	65
82	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	3	73
83	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	77
84	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	82
85	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	73
86	5	3	4	3	3	4	5	2	5	4	3	4	4	4	4	5	4	66
87	5	3	3	5	3	3	4	4	5	5	4	2	3	2	2	3	2	58
88	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	78
89	2	5	3	3	2	4	4	2	5	5	5	4	3	2	4	3	3	59
90	5	4	2	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	69
91	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	80
92	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	4	5	3	5	77
93	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4	5	3	3	73
94	5	5	3	5	5	5	4	2	4	4	4	5	4	3	3	3	4	68
95	5	5	5	3	4	5	5	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	74
96	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	82
97	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	79
98	5	5	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	5	2	2	5	3	64
99	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	5	4	5	3	5	4	73
100	5	2	3	3	2	2	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	66
Jml	425	413	397	392	364	416	412	404	422	421	418	423	445	434	428	443	426	7083
Rata-rata	4.3	4.1	4.0	3.9	3.6	4.2	4.1	4.0	4.2	4.2	4.2	4.2	4.5	4.3	4.3	4.4	4.3	70.8

UIN SUSKA RIAU

# Keputusan Konsumen (Y)

Sampel	Keputusan Konsumen (Y)																				Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	86
2	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	5	86
3	5	4	3	5	5	3	4	3	3	2	5	4	4	4	3	2	4	2	4	5	74
4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	3	86
5	2	3	5	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	1	4	4	4	4	4	4	78
6	5	4	3	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	86
7	4	5	1	4	3	3	5	3	5	5	5	3	3	1	4	5	3	5	5	5	77
8	4	4	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	85
9	4	5	3	5	5	3	4	4	5	4	5	2	5	5	1	3	4	4	5	3	79
10	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	5	5	90
11	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	87
12	5	4	5	4	5	1	5	4	4	5	4	5	4	3	3	5	5	4	5	5	85
13	4	5	5	5	3	3	4	3	5	5	3	5	4	5	5	3	5	5	4	5	86
14	4	4	2	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5	2	5	4	4	1	3	73
15	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	92
16	3	4	1	4	4	4	5	5	2	5	2	4	4	3	5	5	4	4	5	4	77
17	5	4	5	4	2	4	3	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	81
18	5	2	3	4	4	4	1	4	5	3	4	3	5	3	4	5	4	5	5	5	78
19	4	5	4	3	5	3	3	4	5	3	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	85
20	5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	83
21	5	4	1	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	2	4	3	5	76
22	4	5	3	5	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	3	5	4	80
23	5	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	5	74
24	4	4	4	4	5	1	4	4	4	5	4	2	2	5	1	5	4	2	2	5	71
25	5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	85

26	3	3	3	5	3	1	4	5	4	4	5	3	4	5	5	3	5	4	5	3	77
27	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	90
28	4	4	3	4	4	5	1	3	5	3	5	5	5	2	4	5	3	3	5	5	78
29	4	5	5	4	5	1	5	5	3	4	5	5	5	2	4	5	4	4	5	5	85
30	4	5	3	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	3	3	80
31	5	3	1	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	85
32	3	4	3	4	3	5	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	85
33	4	5	3	3	4	5	2	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	87
34	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	1	4	5	5	4	5	88
35	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	86
36	5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	5	5	3	3	5	3	4	4	3	79
37	5	4	4	5	1	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	83
38	3	4	4	4	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	79
39	2	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	82
40	2	5	5	4	4	4	4	5	5	2	3	5	5	4	5	1	5	4	5	5	82
41	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3	3	4	5	4	5	5	88
42	5	5	5	4	5	4	5	1	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	84
43	4	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	3	5	3	5	5	3	84
44	4	4	4	4	2	3	3	3	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	79
45	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	92
46	5	4	3	4	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	85
47	3	4	5	4	5	4	2	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	4	82
48	3	3	5	2	3	4	4	4	5	5	4	4	3	1	4	3	5	4	2	4	72
49	2	3	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	82
50	5	3	5	4	3	5	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	5	5	4	4	84
51	4	3	5	4	1	3	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	3	78
52	3	2	3	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	1	3	5	3	5	4	79
53	4	3	4	4	4	5	4	5	5	2	5	5	4	1	5	5	2	3	4	2	76
54	4	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	3	83



55	2	3	5	4	5	1	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	4	3	79
56	5	3	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	85
57	5	3	2	3	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	2	5	4	5	2	3	75
58	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	5	87
59	3	4	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	85
60	3	3	5	4	2	4	3	4	3	5	5	3	5	3	3	4	4	5	4	3	75
61	3	4	3	4	4	4	1	4	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	78
62	4	3	4	3	5	3	3	4	4	3	2	4	3	5	2	5	4	2	4	5	72
63	3	4	3	5	4	4	3	4	5	4	5	2	3	4	5	3	3	4	4	5	77
64	4	4	1	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	2	5	4	78
65	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4	3	5	3	4	3	4	4	4	78
66	5	3	4	5	3	3	4	5	3	5	5	5	4	2	5	4	2	3	5	4	79
67	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	92
68	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	93
69	5	3	5	4	4	3	4	3	5	3	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	82
70	3	5	5	4	4	5	1	4	2	5	3	5	5	3	3	5	4	4	5	4	79
71	5	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	82
72	5	5	2	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	88
73	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	84
74	1	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	5	83
75	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	1	5	3	5	5	5	86
76	5	1	3	3	5	3	1	4	3	4	4	2	5	5	5	5	5	4	3	5	75
77	2	4	3	3	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	3	4	4	5	5	3	82
78	5	3	5	3	4	4	5	1	3	5	4	5	5	3	2	4	4	5	3	3	76
79	4	4	4	5	5	4	4	3	1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	85
80	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	85
81	5	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	5	77
82	3	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	1	4	3	4	5	5	78
83	3	4	4	5	5	4	5	5	5	1	3	4	5	3	3	4	5	2	3	3	76

84	5	4	5	5	2	5	5	4	1	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	2	79
85	3	3	3	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	2	4	5	4	2	78
86	1	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3	2	5	2	4	3	4	4	3	75
87	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	87
88	5	4	5	1	5	4	3	3	3	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	83
89	4	3	3	3	4	3	5	5	3	4	4	5	5	3	4	5	2	5	5	5	80
90	3	5	3	3	3	4	5	2	5	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	5	79
91	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5	5	4	92
92	5	3	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	86
93	4	4	2	4	3	4	3	3	4	5	5	3	2	4	3	3	5	3	2	4	70
94	5	4	4	4	1	4	3	4	4	2	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	82
95	3	4	5	3	3	4	5	2	3	5	5	3	5	5	2	5	3	1	2	4	72
96	4	3	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	5	5	5	2	4	4	80
97	2	5	4	3	4	4	5	3	5	5	5	4	5	3	4	5	3	3	5	3	80
98	5	3	4	4	5	1	3	2	5	4	5	5	3	1	5	4	5	2	5	5	76
99	4	5	4	5	1	5	5	2	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	81
100	4	2	4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	5	2	5	4	2	5	1	4	76
Jml	396	393	370	413	395	373	392	392	416	447	444	432	437	385	369	405	415	415	423	429	8141
Rata-rata	4.0	3.9	3.7	4.1	4.0	3.7	3.9	3.9	4.2	4.5	4.4	4.3	4.4	3.9	3.7	4.1	4.2	4.2	4.2	4.3	81.4

## Lampiran 5.

### OUTPUT SPSS

DESCRIPTIVES VARIABLES=Kualitaspelayanan Keputusankonsumen  
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitaspelayanan	100	82	120	105.80	9.623
Keputusankonsumen	100	70	93	81.46	5.256
Valid N (listwise)	100				

REGRESSION  
/MISSING LISTWISE  
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA  
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT Keputusankonsumen  
/METHOD=ENTER Kualitaspelayanan.

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitaspelayana n <sup>a</sup>		. Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: Keputusankonsumen

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.567 <sup>a</sup>	.322	.314	4.352

- a. Predictors: (Constant), Kualitaspelayanan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	817.980	1	817.980	43.198	.000 <sup>a</sup>
Residual	1723.139	98	18.936		
Total	2541.118	99			

- a. Predictors: (Constant), Kualitaspelayanan
- b. Dependent Variable: Keputusankonsumen

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	48.680	5.008		9.720	.000
Kualitaspelayanan	.310	.047	.567	6.573	.000

- a. Dependent Variable: Keputusankonsumen

## Lampiran 6.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gudang Kayu CV. Kunteng

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Proses Produksi di CV. Kunteng



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG PADA CV.KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"**, yang ditulis oleh:

Nama : **DHANANG AL IQBAL**  
 NIM : **11525104095**  
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Mei 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Drs. H. Heri Sunandar, MCL**

Sekretaris  
**Madona Khairunisa, SE.I, ME, Sy**

Penguji I  
**Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak, CA**

Penguji II  
**Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh**

Mengetahui :  
 Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni  
 Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag**  
 NIP. 19750801 200701 1 023





# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dhanang Al Iqbal

NIM : 11525104095

Program Studi: EKONOMI SYARIAH

Judul : *Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Barang pada CV. Kunteng di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Syariah*

Pembimbing : Budi Azwar, S.E.,M.Ec

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, Mei 2020

Pimpinan Redaksi

**M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL**  
NIK. 198804302019031010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/8069/2019  
Sifat : Penting  
Lamp. : -  
Hal : *Pembimbing Skripsi*

Pekanbaru, 08 Oktober 2019

Kepada  
Yth. Budi Azwar, S.E., M.S., Ec  
Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Pekanbaru

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : DHANANG AL IQBAL  
NIM : 11525104095  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG PADA CV. KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Drs. Heri Sunandar, MEd  
NIP. 19660803 199303 1 004

Tembusan:  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmtsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/27208  
TENTANG

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/8555/2019 Tanggal 29 Oktober 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

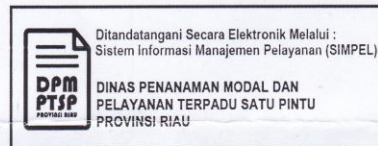
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : DHANANG AL IQBAL   |
| 2. NIM / KTP         | : 11525104095  |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG PADA CV. KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : CV. KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 29 Oktober 2019



#### Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Usaha CV. Kunteng di Kota Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ④ Yang Bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**DHANANG AL IQBAL** , lahir di Padang panjang, kota Padang panjang Provinsi Sumatra barat pada tanggal 07 Juni 1996 merupakan anak kedua dari 3 ( empat ) bersaudara, lahir dari pasangan Ayahanda Ikhsan dan Ibunda Sri supatmi. Pada tahun 2001 memulai pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar di SDN 019 Tanjung sawit, Kabupaten kampar.

Lulus pada tahun 2007. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan pada Madrasah Tsanawiyah himmatul ummah sumber makmur selama 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2007 sampai tahun 2010. Tamat dari Madrasah Tsanawiyah himmatul ummah sumber makmur tersebut, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di MA miftahul hidayah Kota selama 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2010 sampai tahun 2014. Kemudian pada tahun 2015 berkat restu dan doa kedua orang tua, penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 (S-1) tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum, dengan jurusan Ekonomi syariah.

Selama menjadi mahasiswa, penulis melaksanakan magang selama 2 ( dua ) bulan di BPR SARIMADU CABANG FLAMBOYAN. Selain itu penulis juga aktif dalam beberapa kegiatan organisasi baik internal maupun eksternal kampus. Atas berkat dan rahmat Allah Subhanahu WaTa'ala serta do'a dan dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI BARANG PADA CV.KUNTENG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH."** di bawah bimbingan langsung Bapak Budi azwar,S.E.,M.Ec Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Syariah dan Hukum pada tanggal 6 April 2020, penulis dinyatakan **LULUS** dan telah berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bismillahirrahmanirrahim, walhamdulillah